

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indeks manufaktur yang sebagian besar komponen pembentuknya terdiri atas indeks konsumen, industri dasar, dan aneka industri, naik 9% sejak awal tahun hingga Juli 2013. Industri manufaktur diproyeksikan tumbuh mencapai 7,1% pada 2013 meskipun kondisi perekonomian di Amerika Serikat (AS) dan Uni Eropa masih diwarnai ketidakpastian. Berbagai faktor negatif seperti kenaikan harga gas, tarif dasar listrik, upah minimum pekerja, infrastruktur yang belum dapat diandalkan, serta melemahnya nilai tukar, tetapi tidak mengganggu pertumbuhan sektor ini. Kinerja sektor industri manufaktur pada tahun 2013 tumbuh akibat meningkatnya investasi disektor otomotif, industri pupuk, industri kimia dan semen.

Terjaganya pertumbuhan sektor ini akan berdampak terhadap peningkatan pendapatan perusahaan yang bergerak di manufaktur. Maka sangat beralasan apabila investor mengapresiasi saham-saham manufaktur. Indeks manufaktur yang sebagian besar komponen pembentuknya terdiri dari perusahaan yang bergerak di industri barang konsumsi, industri dasar, dan aneka industri mengalami kenaikan 9,37% sejak awal tahun hingga 2 Agustus 2013. Perusahaan yang bergerak di industri barang konsumsi sebanyak 31 emiten memiliki bobot 44% dari pembentukan indeks manufaktur, sementara aneka industri (40 emiten) dan industri dasar (44 emiten) masing-masing 27%. Daya tahan sektor manufaktur terutama ditopang sektor konsumen yang tumbuh 28%. Kenaikan ini merupakan kenaikan tertinggi kedua dari sepuluh sektor yang ada. Kinerja sektor konsumen juga lebih tinggi dari dua sektor lainnya yakni sektor aneka industri dan industri dasar yang juga menjadi bagian indeks manufaktur.

Jika ditelaah lebih lanjut, sebanyak lima dari enam emiten terbesar yang mencatat kenaikan merupakan emiten indeks konsumen sehingga dapat disebutkan bahwa sektor konsumen merupakan kontributor terbesar secara sektoral. Saham-saham dari emiten ini akan menjadi pilihan karena masih menawarkan potensi kenaikan. Mereka adalah produsen kebutuhan mendasar konsumen seperti makanan, minuman, obat, daging, dan produk toiletries.

Sektor manufaktur diperkirakan masih akan tumbuh solid seiring kenaikan jumlah penduduk dan daya beli masyarakat akibat solidnya pertumbuhan ekonomi dikisaran 6%. Angka ini masih tergolong tertinggi di antara negara-negara. Pertumbuhan sektor ini juga diuntungkan dengan hasil survei yang dilakukan baru-baru ini yang menyebutkan indeks kepercayaan konsumen (IKK) Indonesia tergolong yang tertinggi di dunia (Indonesia Sumber Finance, 2015).

Saat itu saham yang diperdagangkan mencapai 5,2 miliar lembar atau senilai Rp 6,3 triliun. Investor asing mencatat pembelian bersih sebesar Rp.70 miliar. Analisa dari PT Samuel Sekuritas Indonesia (Putri, 2014). Mengatakan penguatan IHSG didorong oleh saham-saham sektor barang konsumsi dan aneka industri. Salah satunya adalah saham Unilever. Saham Unilever Indonesia (UNVR) menguat 5 persen dan menjadi penyumbang kenaikan terbesar. Penurunan harga komoditas utama yang diatur pemerintah mendorong pelaku pasar memburu saham di sektor konsumsi (Putri, 2015).

Pasar modal memiliki peran penting bagi perekonomian suatu negara karena pasar modal menjalankan dua fungsi, yaitu pertama sebagai sarana bagi pendanaan usaha atau sebagai sarana bagi perusahaan untuk mendapatkan dana dari masyarakat pemodal (investor). Dana yang diperoleh dari pasar modal dapat digunakan untuk pengembangan usaha, ekspansi, penambahan modal kerja dan lain-lain, kedua pasar modal menjadi sarana bagi masyarakat untuk berinvestasi pada instrument keuangan seperti saham, obligasi, reksadana, dan lain-lain. Dengan demikian, masyarakat dapat menempatkan dana yang dimilikinya sesuai dengan karakteristik keuntungan dan risiko masing-masing *instrument*.

Kegiatan pengembangan maupun perluasan perusahaan tentunya membutuhkan dana yang tidak sedikit. Masalah yang sering dihadapi oleh banyak perusahaan adalah keterbatasan dana yang dimiliki, sehingga untuk memenuhi kebutuhan perusahaan harus mencari sumber pembiayaan yang berasal dari luar perusahaan. Penerbitan saham merupakan salah satu tujuan dari perusahaan dengan mendaftarkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta untuk mendapatkan dana dari masyarakat yang dapat digunakan untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Hal ini menjadikan pasar modal sebagai tempat yang tepat untuk menghimpun dana jangka panjang yang kemudian disalurkan ke dalam sektor-sektor produktif.

Pasar modal memiliki tujuan berikut ini pertama, mempercepat proses pemerataan pendapatan masyarakat melalui kepemilikan saham-saham perusahaan swasta, dan kedua, meningkatkan penghimpunan dana masyarakat untuk digunakan secara produktif dalam pembiayaan pembangunan nasional (Riyanto, 2002).

Investasi dalam saham merupakan investasi beresiko tinggi, dimana investor dapat memperoleh keuntungan yang banyak dan sebaliknya bisa menderita kerugian yang tidak sedikit. Oleh karena itu investor dituntut untuk jeli dan harus semakin berhati-hati dalam pengambilan keputusan investasinya serta selalu menganalisis terlebih dahulu saham-saham yang akan dibelinya. Para investor juga memerlukan informasi yang relevan tentang harga saham suatu perusahaan karena harga saham mencerminkan kinerja perusahaan yang menjual saham tersebut.

Banyak perusahaan di sektor industri yang sudah *go public* di pasar modal Indonesia menjadi merosot akibat krisis, Tetapi ada salah satu sektor industri yang menarik untuk disimak, yaitu sektor industri barang-barang konsumsi. Perusahaan-perusahaan di sektor ini lebih stabil pertumbuhan dan tidak terlalu terpengaruh dengan musim ataupun kondisi perekonomian, karena produksinya selalu digunakan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan dasar hidupnya. sehingga saham-saham sektor ini tetap menjadi salah satu pilihan utama para investor.

Dalam pasar modal, sekuritas yang paling populer adalah saham biasa (*common stock*) atau lebih umum disebut saham saja. Saham adalah surat berharga sebagai bukti penyertaan atau pemilikan individu maupun institusi dalam suatu perusahaan (Ang, 1997). Oleh sebab itu untuk menilai sebuah perusahaan dengan menggunakan laba. Dalam hal ini laba bersih, adalah sejumlah dana yang tersisa setelah perusahaan membayar semua pengeluarannya. Untuk melihat perbandingannya secara relevan, ukuran yang biasa digunakan adalah laba per saham atau *earning per share* (EPS).

Harga suatu saham yang dijual dibursa efek sangat tergantung pada kekuatan *supply* dan *demand*. Kekuatan *supply* dan *demand* dalam jual beli saham mengakibatkan harga saham bisa naik atau turun. Jika permintaan terhadap saham tersebut meningkat maka harga saham akan naik dan jika permintaan saham

menurun atau kelebihan penawaran maka harga saham akan turun. Untuk itu pada saat melakukan investasi saham, investor akan memilih saham perusahaan mana yang akan memberikan *return* tinggi. Oleh karena itu, investor harus dapat menganalisa apakah harga saham yang terjadi cukup layak untuk di beli yaitu dengan membandingkan harga saham dengan laba perlembar saham (*earning per share*) yang disebut dengan *Price Earning Ratio* (PER).

Pendekatan *price earning ratio* (PER) telah banyak digunakan oleh para analis maupun investor untuk menilai harga saham. Menurut Sartono (2001), PER diartikan sebagai indikator kepercayaan pasar terhadap prospek pertumbuhan perusahaan sehingga banyak pelaku pasar modal menaruh perhatian terhadap pendekatan PER tersebut. Alasan utama mengapa *price earning ratio* digunakan dalam analisis harga saham karena PER akan memudahkan dan membantu para analis dan investor dalam penilaian saham, di samping itu PER juga dapat membantu para analis untuk memperbaiki *judgement* karena harga saham pada saat ini merupakan cermin prospek perusahaan di masa yang akan datang. Dibanding dengan metode arus kas, metode ini memiliki kelebihan antara lain karena memudahkan dan kepraktisan serta adanya standar yang memudahkan pemodal untuk melakukan perbandingan penilaian terhadap perusahaan yang lain di industri yang sama (Sartono dan Munir, 1997).

Penilaian masing-masing industri manufaktur barang-barang konsumsi dengan melihat perbandingan kinerja perusahaan yang terdaftar di bursa efek yang *go public*. Adanya tujuan utama perusahaan yang telah *go public* dengan meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan (Salvatore, 2005). Nilai perusahaan adalah sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham (Bringham dan Gapensi, 2006). Semakin tinggi harga saham semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan (*financing*), dan manajemen aset.

Suryaputri dan Astuti (2003), hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah *Net Profit Margin* (NPM) dan *Return On Asset* (ROA) memiliki pengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Dengan semakin berkembang dan terintegrasinya pasar modal, maka analisis terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi *price earning ratio* mempunyai arti penting bagi investor sebelum mengambil suatu keputusan investasi. Dari informasi ini, diperoleh analisis rasional sebagai evaluasi terhadap prospek antara suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya dengan menggunakan standar yang sama. Perusahaan yang mempunyai kesempatan investasi yang paling menarik akan memperoleh kapital harga yang wajar, yaitu harga yang mencerminkan investasi yang potensial.

Alasan utama mengapa *Price Earning Ratio* (PER) digunakan dalam penelitian ini untuk menilai kewajaran harga saham, karena *price earning ratio* memudahkan atau membantu *judgment* penganalisis. Walaupun diakui *price earning ratio* merupakan analisis yang relatif sederhana, tetapi membantu analisis saham untuk memusatkan *judgment* mereka terhadap variabel-variabel yang penting. Analisis ini dipergunakan dengan memperhatikan kesulitan utama dalam penilaian kewajaran harga saham, bahwa tidak ada *price earning ratio* yang dapat digunakan sebagai pembanding meskipun analisis diterapkan pada waktu yang lalu (Husnan, 2000). Dan melihat nilai perusahaan dalam berinvestasi di saham manufaktur barang konsumsi dengan menganalisa profitabilitas kinerja dan pertumbuhan saham perusahaan.

Hermuningsih (2013), memberikan beberapa temuan empiris. Pertama, variabel profitabilitas, *growth opportunity* dan struktur modal, berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Ini berarti, semakin besar profitabilitas, semakin tinggi peluang pertumbuhan, dan semakin besar proporsi hutang dalam struktur pendanaan perusahaan, maka semakin besar pula nilai perusahaan tersebut. Kedua, variabel struktur modal merupakan variabel *intervening* bagi *growth opportunity* dan tidak bagi profitabilitas. Yang terakhir ini disebabkan karena profitabilitas memiliki pengaruh yang berlawanan dengan struktur modal. Ini berarti, struktur modal akan memperbesar pengaruh positif profitabilitas perusahaan terhadap nilai perusahaan tersebut.

Hasil penelitian Yangs (2011), ini menunjukkan bahwa pertama ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan; kedua *leverage* mempunyai pengaruh positif dan tidak significant terhadap nilai perusahaan; ketiga profitabilitas mempunyai pengaruh positif dan significant terhadap nilai perusahaan; keempat kebijakan dividen mempunyai pengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara bersama seluruh variabel independen dalam penelitian ini berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Beberapa metode telah diciptakan untuk nilai saham. Dengan menggunakan Metode *price earning ratio* dijelaskan dan diterapkan lembar saham. Rasio ini digunakan dalam rangka model keuntungan dari analisa fundamental. Pada awalnya, berbagai metode untuk memperkirakan nilai intrinsik saham disajikan lembar saham. Kemudian, detail *price earning ratio* dianalisis, termasuk menggambarkan pilihan penggunaannya. Dalam realisasi analisis empiris yang dipilih dan indeks determinasi digunakan untuk penilaian statistik hubungan antara *price earning ratio* dan harga saham. Penulis juga menyajikan pilihan lain bagaimana menggunakan *price earning ratio* dilatih. Misalnya, menciptakan kebijakan investasi mereka, investor bisa memverifikasi keabsahan efek yang rendah.

Menurut Gattwald (2012), berbagai jenis surat berharga yang diperdagangkan di bursa efek. Menemukan data diperlukan tentang saham investor menggunakan analisis investasi yang berbeda biasanya dengan fundamental, teknis atau analisis psikologis. Analisis fundamental adalah yang paling kompleks dari mereka. Investor menemukan nilai intrinsik saham berfokus pada analisis fundamental. Gottwald (2012), mendefinisikan nilai ini sebagai harga yang sesuai dengan mengungkapkan nilai riil saham, idealnya saham ini harus memiliki harga. Memperkirakan nilai intrinsik dari saham milik di antara tujuan dasar dari analisa *fundamental*. Investor biasanya membeli saham *undervalued*, karena harga saham biasanya akan meningkat di masa depan. Mereka juga biasanya menjual lebih senilai saham, yang harga biasanya akan jatuh di masa depan.

Price Earning Ratio (PER) terdiri dari ukuran yang paling banyak digunakan oleh investor untuk menentukan apakah investasi modal yang dilakukannya menguntungkan atau merugikan. *Price Earning Ratio* (PER) menunjukkan seberapa besar para investor bersedia dibayar untuk setiap keuntungan yang dilaporkan perusahaan sehingga merupakan salah satu alat untuk mengukur kinerja perusahaan (Halim, 2005). Hasil penelitian dari Yesi dan Rika (2010), Likuiditas yang diukur dengan *current ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap *price to book value* pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Zamzami (2008), hasil penelitian *net profit margin*, *return on equity* dan *return on assets* berpengaruh signifikan terhadap *price earning ratio*.

Price Earning Ratio (PER) indikator dari pertumbuhan suatu perusahaan, PER sendiri dipengaruhi oleh banyak variabel. Penelitian yang dilakukan oleh Virgani (2010), mengatakan bahwa PER tidak berpengaruh signifikan terhadap PER, dan Variabel DER berpengaruh signifikan terhadap PER, dan variabel 3 *dividend payout ratio* (DPR) berpengaruh signifikan terhadap PER. Sedangkan menurut Yammami Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *Debt to Equity Ratio* (DER) secara parsial berpengaruh negatif signifikan terhadap *Price Earning Ratio*. Sedangkan variabel *Current Ratio* (CR) dan *Total Asset Turnover* (TATO) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Price Earning Ratio*. Ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini (CR, DER dan TATO) secara bersama-sama berpengaruh terhadap *Price Earning Ratio*. Hasil penelitian dari Maria (2009) menunjukkan bahwa *Current Ratio*, *Net Profit Margin*, *Total Asset Turn Over* dan *Debt to Equity Ratio* berpengaruh signifikan terhadap *Price to Book Value*.

Menurut Rahma (2014), mengatakan bahwa hasil penelitian serta pengujian hipotesis yang dilakukan diperoleh kesimpulan penelitian berikut ini. Pertama, Variabel *Dividend Payout Ratio* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *Price Earning Ratio* saham perusahaan *automotive and allied*; kedua, Variabel *Price to Book Value* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *Price Earning Ratio* saham perusahaan *automotive and allied*; Ketiga, Variabel *Price to Book Value* merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap *Price Earning Ratio*.

Penelitian dari Risky, Sri dan Devi (2012), Salah satu cara untuk mendapatkan modal adalah mendaftarkan perusahaan ke dalam pasar modal. Perusahaan harus menunjukkan kinerja yang baik agar dapat menarik minat investor. Menilai kinerja perusahaan dapat dengan menilai harga sahamnya. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk menilai harga saham adalah analisis fundamental dengan pendekatan *Price Earning Ratio*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *Price Earning Ratio* (PER) sebagai tolak ukur kinerja perusahaan serta faktor-faktor yang mempengaruhi *Price Earning Ratio*. Dalam penelitian ini faktor-faktor yang dianggap berpengaruh terhadap *Price Earning Ratio* adalah *Return On Equity* (ROE), *Debt Equity Ratio* (DER), dan *Dividend Payout Ratio* (DPR). Hasil dari penelitian ini adalah *Return On Equity* (ROE), *Debt Equity Ratio* (DER), dan *Dividend Payout Ratio* (DPR) berpengaruh tidak signifikan terhadap *Price Earning Ratio* (PER), baik secara bersama maupun parsial.

Menurut Bunga (2007) terdapat pengaruh yang signifikan antara *Current Ratio* (CR), *Debt to Equity Ratio* (DER), *Total Asset Turnover* (TATO), *Return On Equity* (ROE) dan Inflasi secara bersama terhadap *Price Earning Ratio* (PER). Sedangkan berdasarkan Uji-t Test, secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara *Current Ratio* (CR) dan *Return On Equity* (ROE). Sedangkan menurut Surdjanto (2002), Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel-variabel DPR, ROE, dan *Net per share* berpengaruh terhadap PER pada industri barang-barang konsumsi. Dan variabel yang sangat berpengaruh adalah *Dividen Payout Ratio*.

Menurut Fegriadi (2010), Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *Dividend Payout Ratio* (DPR) berpengaruh terhadap *Price Earning Ratio* (PER). sedangkan *Return on Equity* (ROE), *Net Profit Margin* (NPM) dan *Variance of Earning Growth* (VEG) secara parsial tidak berpengaruh terhadap *Price Earning Ratio* (PER). Secara simultan, *Dividend Payout Ratio* (DPR), *Return on Equity* (ROE), *Net Profit margin* (NPM), dan *Variance of Earning Growth* (VEG) berpengaruh terhadap *Price Earning Ratio* (PER) pada Perusahaan Penghasil Bahan Baku dan Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2009-2011.

Price Earning Ratio merupakan indikator dari pertumbuhan perusahaan, oleh karena itu investor dalam melakukan investasi pada sebuah perusahaan yang telah *go public* membutuhkan informasi mengenai *price earning ratio*, dimana informasi tersebut mengurangi ketidakpastian yang terjadi sehingga keputusan yang diambil diharapkan akan sesuai dengan tujuan yang akan di capai. Sehingga menunjukkan bahwa variabel-variabel *dividen payout ratio*, *return on equity* dan *net pershare* berpengaruh terhadap *price earning ratio* (Sardjianto, 2002).

Bolek dan Wolski (2012), Manajemen likuiditas perusahaan terhubung ke modal kerja, yang ditentukan oleh keputusan yang dibuat pada tingkat kas, piutang, persediaan, dan hutang. Hal ini dapat diasumsikan bahwa semakin besar likuiditas, semakin tinggi modal kerja bersih yang diinvestasikan dalam perusahaan; semakin tinggi tingkat modal, biaya yang lebih besar, dan dengan demikian lebih rendah ROE dan EVA indikator. Dalam kasus seperti itu, investor memantau kinerja perusahaan bisa menafsirkan tinggi likuiditas sebagai sinyal negatif, yang melibatkan penurunan harga pasar. Di sisi lain, semakin besar likuiditas, yang tinggi fleksibilitas perusahaan dalam hal produksi dan penjualan, yang dapat memberikan penghasilan tambahan untuk bisnis. Akibatnya, investor juga bisa menafsirkan likuiditas yang tinggi sebagai tanda positif, dengan kenaikan berikutnya di harga pasar. Penelitian ini menetapkan untuk memeriksa hubungan antara faktor-faktor tersebut di atas untuk menemukan bagaimana investor menafsirkan likuiditas dan profitabilitas perusahaan rasio di Bursa Efek Warsawa.

Menurut Brigham dan Gapenski (1993) *price earning ratio* di pengaruhi oleh prospek usaha dan risiko perusahaan di tempat yang berbeda. Hal ini berbeda dengan pendapat Brealy dan Myers (1991), yang menyatakan bahwa *price earning ratio* yang tinggi menunjukkan bahwa investor menganggap perusahaan memiliki peluang pertumbuhan baik, tingkat laba yang *relative* aman dan menandakan tingkat kapitalisasi yang rendah. *Price earning ratio* yang tinggi menunjukkan bahwa investor mengaharapkan pertumbuhan dividen yang tinggi, nilai perusahaan yang tinggi dan risiko saham yang rendah. Oleh karena itu menurut mereka, faktor-faktor utama yang mempengaruhi *price earning ratio* adalah tingkat pertumbuhan dividen, pendapatan bersih, hutang jangka pendek.

Tabel 1.1

Price Earning Ratio Perusahaan Manufaktur Barang Konsumsi

No	Nama Perusahaan	2011	2012	2013
1	PT. Tiga Pilar Sejahtera	9,66	12,46	13,48
2	PT. Indofood Sukses Makmur	8,05	10,54	23,14
3	PT. Chareon Phokpand Indonesia	14,95	23,33	21,87
4	PT. Unilever Indonesia	34,45	32,87	37,06
5	PT. Gudang Garam	24,08	26,62	18,67
6	PT. Kalbe Farma	22,43	30,38	30,53
7	PT. Darya Varia Labotoria	10,65	12,71	19,59
8	PT. Delta Djakarta	22,3	19,13	23,01
9	PT. Fast Food Indonesia	20,00	26,81	24,25
10	PT. Japfa Compeed Indonesia	12,19	12,17	21,85
11	PT. Mayora Indah	22,58	20,64	22,32
12	PT. Multi Bintang Indonesia	14,91	34,39	21,59
13	PT. Nippon Indosari Corpindo	29,03	46,83	32,67
14	PT. Tempo Scan Pacific	19,61	26,05	23,05
15	PT. Handjaya Mandala Sampoerna	10,62	26,78	25,28
16	PT. Taisho Pharmaceutical Indonesia	11,04	14,67	14,94

Sumber Data: Situs BEI IDX Statistik

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa *Price Earning Ratio* perusahaan-perusahaan industri barang konsumsi sangat berubah-ubah. Ini adalah salah satu akibat ketidakstabilan ekonomi pada tahun-tahun sebelumnya yang hingga sekarang masih dirasakan oleh berbagai perusahaan. *Price Earning Ratio* merupakan salah satu pendekatan yang sering digunakan oleh analis sekuritas untuk menilai suatu saham. Rasio ini memberikan indikasi bagi manajemen tentang bagaimana pandangan investor terhadap resiko dan prospek perusahaan di masa depan dengan melihat dan permasalahan yang nampak seperti pada tabel 1.1 diatas, dapat dinilai yang terendah sebesar 8,05% yaitu perusahaan PT. Indofood ini artinya harga di bawah rata-rata perusahaan manufaktur barang konsumsi dengan standar perusahaan sebesar 21,59% dan adanya hasil penelitian-penelitian terdahulu, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh apakah ada pengaruh dari variable *Net Profit Margin* (NPM), *Current Ratio* (CR) *Dividen Payout Ratio* (DPR) terhadap *Price Book Value* (PBV) dan *Price Earning Ratio* (PER) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2013.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan teoritis penelitian terdahulu dan fenomena diatas, maka penulis mengusulkan beberapa argument untuk membangun permasalahan penelitian ini sebagai berikut: pertama, untuk menilai kewajaran harga saham *price earning ratio* memudahkan atau membantu pengambilan keputusan untuk berinvestasi di saham. Sehingga berdampak pada aktivitas perdagangan saham di Bursa Efek Indonesia; Kedua, nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham yang indikator kepercayaan pasar terhadap prospek pertumbuhan perusahaan sehingga banyak pelaku pasar modal menaruh perhatian terhadap pendekatan PER tersebut; Ketiga, *price earning ratio* digunakan dalam analisis harga saham karena PER akan memudahkan dan membantu para analis dan investor dalam penilaian saham, di samping itu PER juga dapat membantu para analis untuk memperbaiki *judgement* karena harga saham pada saat ini merupakan cermin prospek perusahaan di masa yang akan datang.

1.3 Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan data laporan keuangan perusahaan sektor Manufaktur Barang-barang konsumsi yang telah *go public* atau terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan periode tiga tahun terakhir dari 2011-2013 dan hanya pembatasan masalah pada variabel independen *Net Profit Margin*, *Current Ratio* dan *Dividen Payout Ratio*, terhadap dependen *Price Earning Ratio* dan *Price Book Value*.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka masalah yang akan dirumuskan adalah bagaimana pengaruh *Net Profit Margin*, *Current Ratio* dan *Dividen Payout Ratio*, terhadap *Price Earning Ratio* dan *Price Book Value*. Pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2013. Selanjutnya variabel independen manakah yang paling dominan mempengaruhi pada perusahaan barang-barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2013.

1.5 Tujuan Penelitian

Merujuk pada perumusan masalah di atas adapun tujuan kajian yang di capai pertama untuk menganalisa pengaruh *Net Profit Margin*, *Current Ratio* dan *Dividen Payout Ratio*, terhadap *Price Earning Ratio* dan *Price Book Value* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2013; kedua untuk menganalisa masing-masing variabel yang paling dominan mempengaruhi *Price Earning Ratio* dan *Price Book Value* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2013.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Dapat memperkaya dan meningkatkan ilmu pengetahuan manajemen keuangan dan dapat dijadikan sumbangan referensi bagi penelitian selanjutnya.

2. Bagi Perusahaan

Bagi manajemen perusahaan industri barang-barang konsumsi dapat memberikan tambahan informasi yang digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan dalam membeli saham.

3. Bagi Pihak Lain

Bagi investor maupun calon investor, memberikan informasi mengenai bagaimana cara melihat kinerja keuangan untuk meningkatkan saham.